

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA INTERNET
PADA WARNET “TRANSNET” DI SURABAYA**

S K R I P S I

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

AAN DWI SATRIYO
NPM : 0342010201

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2010**

**Judul Penelitian : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan
Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Internet Pada
Warnet “Transnet” Di Surabaya**

Nama : Aan Dwi Satriyo
NPM : 0342010201
Jurusan : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk ujian lisan oleh :

Pembimbing

Sadjudi, Drs, SE, M.Si
NIP. 030 134 635

Mengetahui,
Dekan

Dra. Hj. Suparwati, MSi
NIP. 030 175 349

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam dengan terselesaikannya laporan skripsi ini yang berjudul **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Internet Pada Warnet “Transnet” Di Surabaya”**

Keberhasilan dalam penulisan laporan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak dan tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya suatu bimbingan dari bapak Drs. Sadjudi, SE, MSi, selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu dan perhatian untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan masukan yang berarti selama penyusunan laporan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik. selain itu pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang turut serta mendukung tersusunya skripsi ini, antara lain:

1. Dra. Hj. Suparwati, M.Si , selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim Surabaya.
2. Drs. Sadjudi, SE, MSi , selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim Surabaya.
3. Drs. Nurhadi, M.Si , selaku Sekretaris Jurusan Administasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim Surabaya.

4. Bapak dan Ibu dosen pengajar mata kuliah yang sudah membimbing dalam memahami ilmu pengetahuan pada saat memberikan materi kuliah.
5. Ayah dan Ibu terima kasih banyak, karena berkat kalian yang selalu memberikan dukungan, dorongan, serta doa dan restunya.
6. Semua staff dan karyawan di Warnet TransNet Surabaya terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.
7. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya laporan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

Penulis mengharapkan perlu adanya penelitian lanjutan, sehingga kritik dan saran sangat dibutuhkan demi perbaikan pada masa yang akan datang. Akhir kata, Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Juni 2010

penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAKSI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.1.3 Konsep Pemasaran	10
2.1.1.4 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.2 Jasa.....	13
2.1.2.1 Pengertian Jasa.....	13
2.1.2.2 Karakteristik Jasa	14
2.1.2.3 Klasifikasi jasa	16
2.1.2.4 Sifat-sifat Khusus Pemasaran Jasa.....	18

2.1.2.5	Macam-macam Jasa	19
2.1.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	
	Kepuasan Konsumen Jasa.....	21
2.1.4	Harga	25
2.1.4.1	Pengertian Harga	25
2.1.4.2	Tujuan Penetapan Harga	26
2.1.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	
	Penetapan Harga	27
2.1.4.4	Metode Penetapan Harga	29
2.1.5	Pelayanan	32
2.1.5.1	Pengertian Pelayanan	32
2.1.5.2	Tujuan Pelayanan	33
2.1.5.3	Kebijakan Pelayanan	34
2.1.6	Fasilitas	37
2.1.7	Kepuasan Konsumen	39
2.1.7.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	39
2.1.7.2	Strategi Kepuasan Konsumen	40
2.1.7.3	Pengukuran Kepuasan Konsumen	41
2.2	Kerangka berpikir	43
2.3	Hipotesis	44
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	48

3.2.1	Populasi	48
3.2.2	Sampel	49
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel	50
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.3.1	Jenis Data	51
3.3.2	Sumber Data	51
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	51
3.4	Teknik Analisis Dan Penguji Hipoteses.....	52
3.4.1	Uji Kualitas	52
3.4.1.1	Uji Validitas	52
3.4.1.2	Uji Reliabilitas	53
3.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.4.3	Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.4.4	Uji Hipoteses	57
3.4.4.1	Uji F	57
3.4.4.2	Uji t	59

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	61
4.1.1.	Sejarah Warnet “Transnet”	61
4.1.2.	Produk	62
4.2.	Penyajian Data	63
4.2.1.	Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin..	63
4.2.2.	Klasifikasi Responden Menurut Usia	64

4.2.3. Klasifikasi Responden Menurut Lama Menjadi	
Pelanggan	64
4.2.4. Klasifikasi Responden Menurut Lama Menjadi	
Pelanggan	65
4.2.5. Distribusi Frekuensi Pelayanan (X_2)	67
4.2.6. Distribusi Frekuensi Fasilitas (X_3)	68
4.2.7. Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen (Y) .	69
4.3. Analisis dan Pengujian Hipotesis	70
4.3.1. Uji Validitas	71
4.3.2. Uji Reliabilitas	72
4.3.3. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	72
4.3.3.1. Uji Normalitas	72
4.3.3.2. Uji Asumsi BLUE (<i>Best Linear Unbiased</i>	
<i>Estimator</i>)	73
4.3.3.3. Regresi Linier Berganda	75
4.3.3.4. Pengujian Hipotesis	77
4.3.4. Pembahasan	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAKSI

AAN DWI SATRIYO. FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA INTERNET PADA WARNET “TRANSNET” DI SURABAYA

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang telah dilakukan pada warnet Transnet Surabaya, dapat disimpulkan bahwa warnet Transnet Surabaya dihadapkan pada suatu masalah penurunan jumlah pelanggan. Hal ini terlihat dari data jumlah pelanggan selama 3 bulan terakhir seperti sebagai berikut, Desember 2009 diketahui jumlah pelanggan warnet Transnet Surabaya mencapai 834 orang, Januari 2010 diketahui jumlah pelanggan warnet Transnet Surabaya mencapai 712 orang dan Pebruari 2010 diketahui jumlah pelanggan warnet Transnet Surabaya mencapai 586 orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh mengetahui dan menganalisis harga, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Transnet di Surabaya

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan tetap atau *member* warnet Transnet yaitu yang menggunakan jasa internet pada warnet Transnet di Surabaya yang berjumlah 48 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (umumnya disesuaikan dengan tujuan dan masalah penelitian)

Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh harga (X_1) dan fasilitas (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa internet pada warnet TransNet di Surabaya yang akan diuji dengan menggunakan program SPSS 13.0. Dengan tingkat signifikansi 5%, didapatkan persamaan regresi berikut :

$$Y = 0,224 - 0,623 X_1 + 0,381 X_2 + 0,527 X_3$$

Hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS 13.0 memperlihatkan dengan menggunakan uji F didapatkan bahwa harga (X_1) pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa internet pada warnet TransNet di Surabaya, sedangkan dengan menggunakan uji t didapatkan bahwa harga (X_1) pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa internet pada warnet TransNet di Surabaya. Harga (X_1) memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa internet pada warnet TransNet di Surabaya

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin meningkatnya pendidikan di Indonesia sekarang ini, menjadikan masyarakat Indonesia lebih pintar dan mempunyai rasa ingin tahu yang besar terhadap fenomena – fenomena yang terjadi disekitar lingkungan kehidupannya, karenanya mereka membutuhkan sarana – sarana informasi secara cepat, tepat dan akurat serta dapat dipercaya. Sejalan dengan keadaan tersebut perkembangan ilmu dan teknologi juga semakin cepat, sehingga memberikan peluang untuk munculnya peluang untuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyedia informasi.

Munculnya peristiwa – peristiwa tentang maraknya kejahatan dunia maya dan berkembang pesatnya dibidang ekonomi serta kehidupan lainnya membuat masyarakat mempunyai kebutuhan untuk mengetahui, memahami dan mengerti informasi yang sedang berkembang. Alternatif yang dipilih masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi perkembangan dan perubahan baik ekonomi, politik, sosial maupun budaya adalah dengan mengkonsumsi informasi. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyedia informasi dianggap mampu memberikan penerangan, petunjuk dan arah bagi masyarakat. Tanpa adanya media, masyarakat tidak akan mendapatkan akses informasi.

Salah satu teknologi informasi yang banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat pada saat ini adalah sarana internet melalui perusahaan kecil jasa layanan informasi. Seseorang yang membutuhkan informasi akan lebih mudah mendapatkan informasi tersebut dengan cepat apabila menggunakan sarana internet dengan cara mengakses pada salah satu situs internet.

Teknologi internet hadir sebagai media yang multifungsi. Komunikasi melalui internet dapat dilakukan secara interpersonal (misalnya e-mail dan chatting) atau secara masal. Berdasarkan hal tersebut, maka internet sebagai media pendidikan mampu menghadapi karakteristik yang khas, yaitu sebagai media interpersonal dan massa yang bersifat interaktif, memungkinkan komunikasi secara sinkron maupun asinkron. Karakteristik ini memungkinkan konsumen melakukan komunikasi dengan sumber ilmu secara lebih luas bila dibandingkan dengan hanya menggunakan media konvensional. Teknologi internet menunjang konsumen yang mengalami keterbatasan ruang dan waktu untuk tetap dapat menikmati pendidikan. Berdasarkan uraian diatas, dapat dikatakan bahwa internet bukanlah pengganti sistem pendidikan. Kehadiran internet lebih bersifat pelengkap, metoda konvensional tetap diperlukan, hanya saja dapat dimodifikasi ke bentuk lain.

Warnet yang merupakan salah satu perusahaan kecil yang bergerak dalam bidang layanan jasa internet merupakan salah satu komponen bagi perkembangan sektor informasi. Sektor informasi ini mempunyai

perkembangan yang cukup pesat, yang dapat dilihat dengan semakin maraknya jumlah keberadaan warnet yang sekarang ini. Setiap warnet mempunyai layanan yang berbeda – beda. Di Surabaya telah banyak bermunculan warnet yang menandakan bahwa persaingan antar warnet semakin kompetitif, sehingga harus lebih berhati – hati dalam menjaga eksistensi keberadaan warnetnya.

Para pengusaha dibidang warnet ini tidak dapat menghindari persaingan dalam menjaga keinginan konsumen untuk selalu menggunakan jasanya. Dalam menghadapi permasalahan tersebut seorang pengusaha warnet harus dapat mengelola kegiatan pemasaran secara lebih baik dan berusaha meningkatkan laba yang diinginkan. Untuk mencapai hal tersebut bukan hal yang mudah bagi perusahaan, karena harus dibutuhkan perhatian khusus serta pengetahuan mengetahui faktor – faktor apa saja yang mendukung dan berpengaruh dalam kegiatan pemasaran tersebut.

Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen maka perusahaan perlu memperhatikan faktor – faktor kualitas layanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Pada saat ini, konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi jasa mempunyai banyak pertimbangan – pertimbangan seperti harga, pelayanan dan fasilitas yang ada pada warnet tersebut. Hal ini penting sekali untuk dilakukan mengingat bahwa konsumen akan melakukan pembelian ulang apabila kinerja dari jasa tersebut mampu memberikan sesuai dengan harapan mereka. Apabila kinerja yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa

tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan pembelian secara berulang atau akan merekomendasikan kepada calon konsumen lain mengenai hal – hal yang buruk terhadap warnet tersebut sehingga dampaknya akan sangat merugikan warnet tersebut sendiri.

Kepuasan konsumen juga merupakan hal yang penting untuk diteliti, karena hal ini merupakan salah satu alasan konsumen untuk melakukan pembelian ulang jasa internet pada warnet Transnet.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang telah dilakukan pada warnet Transnet Surabaya, dapat disimpulkan bahwa warnet Transnet Surabaya dihadapkan pada suatu masalah penurunan jumlah pelanggan. Hal ini terlihat dari data jumlah pelanggan selama 3 bulan terakhir seperti sebagai berikut, Desember 2009 diketahui jumlah pelanggan warnet Transnet Surabaya mencapai 834 orang, Januari 2010 diketahui jumlah pelanggan warnet Transnet Surabaya mencapai 712 orang dan Pebruari 2010 diketahui jumlah pelanggan warnet Transnet Surabaya mencapai 586 orang.

Oleh karena itu agar pendapatan dapat tercapai seperti yang diinginkan maka warnet Transnet Surabaya harus dapat mengetahui faktor – faktor apa yang menjadi penyebabnya. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh faktor harga, pelayanan dan fasilitas yang diterapkan oleh warnet Transnet tersebut. Harga merupakan sejumlah uang yang ditawarkan pelanggan untuk produk tertentu pada elemen – elemen bauran pemasaran, harga adalah satu – satunya elemen yang menghasilkan pendapatan. Konsumen cenderung akan menyukai produk atau jasa yang tersedia dengan

harga yang murah. Pelayanan merupakan kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan, maka dari itu mutu pelayanan harus dapat diperhatikan agar konsumen tidak kecewa dan beralih pada perusahaan lain. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang disengaja disediakan untuk dipakai dan dipergunakan serta dinikmati oleh konsumen, baik ada biaya tambahan atau tidak, agar konsumen mendapatkan kemudahan, keamanan dan kenyamanan.

Dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut diharapkan pengusaha warnet dapat memuaskan konsumen. Disamping itu dengan melakukan analisis konsumen dapat diketahui faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dibidang pelayanan dalam mendirikan usaha yang biasa dipakai sebagai dasar dalam menetapkan kebijakan usahanya yang tepat sehingga diharapkan usahanya mempunyai peluang lebih didalam merebut pangsa pasar.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan atau pihak warnet dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian secara berulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang tentunya menguntungkan bagi perusahaan dalam hal ini adalah pihak warnet tersebut sendiri.

Berawal dari masalah ini, maka peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian terhadap warnet dengan judul “Faktor – faktor Yang

Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Internet Pada warnet Transnet di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah secara simultan harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Transnet di Surabaya?
2. Apakah secara parsial harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Transnet di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kapuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Transnet di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Transnet di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis :

- a. Sebagai sumbangan pemikiran bagi warnet TransNet dalam mewujudkan kepuasan konsumen.
- b. Diharapkan dapat sebagai sumbangan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang sumber daya manusia.

2. Manfaat praktis :

- a. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi warnet TransNet terhadap kepuasan konsumen.
- b. Sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kemampuan SDM di warnet TransNet yang dapat memberikan kepuasan konsumen.